Las empresas del Ibex-35 dan la espalda a las redes sociales

13 de enero de 2012

La mayoría de las empresas del selectivo español se resiste a incorporar las redes sociales en la comunicación con accionistas e inversores.

Solo 11 de las empresas del Ibex-35 utilizaron las redes sociales para interactuar con los accionistas durante 2011. La más utilizada fue Twitter, seguida de Facebook y Youtube. Solo Acciona empleó LinkedIn.

En contra de lo que aconseja el "VII Informe Juntas Generales de Accionistas 2011. Empresas del Ibex-35", los primeros ejecutivos de las empresas del selectivo español tampoco destacan por su uso: solo tres presidentes y directores generales (BBVA, Banco Popular y Técnicas Reunidas) se mostraron activos en redes sociales el año pasado.

Para abordar los temas de la Junta, la mayor parte de las firmas prefirieron potenciar el uso de la web corporativa y recurrieron a un foro del accionista, que ya es obligatorio, o un blog corporativo.

Se trata de algunos de los datos que recoge el informe sobre las juntas de accionistas del Ibex-35 que elabora anualmente el Foro de Buen Gobierno y Accionariado, una entidad promovida por el IRCO e Inforpress. El estudio cuenta con la colaboración de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE) y la Asociación de Emisores Españoles.

El principal objetivo del informe es reflexionar sobre los derechos de los pequeños accionistas, al tiempo que vela por promocionar las buenas prácticas empresariales tanto en comunicación como en transparencia y buen gobierno.

Menos asistencia

El nivel de participación en las Juntas descendió un 0,23% en 2011, con una media del 70,22%. El estudio achaca el descenso a los dos últimos años de crisis y señala la

©IESE Business School

conveniencia de que las empresas realicen un esfuerzo para incrementar la asistencia.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que el pasado año fue el primero en que no se redujeron las exigencias a los accionistas para acceder a las Juntas.

La de Endesa, con una asistencia del 93,87%, fue la más concurrida y la de BME (50,03%), la de menor participación.

El estudio refleja que en 2011 se indicó con mayor claridad la fecha prevista de celebración de la Junta y solo tres compañías no especificaron si el evento tendría lugar en primera o segunda convocatoria.

Equilibrio en los Consejos

El informe también señala el aumento de empresas que en 2011 separaron la aprobación de resultados de la gestión del Consejo de Administración, que pasaron de 23 a 26 compañías. Además, todas votaron por separado la reelección o nombramiento de consejeros. Varios aspectos destacan en la composición del máximo órgano de dirección de la compañía:

- **Aumenta la presencia de mujeres.** Antes de la celebración de las juntas ya había 54 consejeras, frente a las 52 de 2010, las 43 de 2009 y las 26 de 2008. Pero cinco empresas del selectivo español seguían sin representación femenina.
- **Menos consejeros ejecutivos y dominicales**. El número de consejeros independientes sigue siendo de 206, pero ha descendido el de ejecutivos y dominicales, y han aumentado los otros externos. El número total de consejeros se ha reducido a 499.
- **14 consejeros por empresa.** En cuanto a tamaño de los consejo, la media es de 14 consejeros, aunque 11 firmas rebasan el tope de 15 que recomienda el Código Unificado de Buen Gobierno. 10 compañías han reducido el número de consejeros y solo 5 lo han aumentado.

En cuanto al polémico tema de la retribución de los consejeros, existe una tendencia positiva a tratarlo por separado en el orden del día: el número de empresas que así lo hicieron pasó de 19 en 2010 a 24 en 2011.

Por otro lado, el estudio subraya la importancia de atender, publicar y dar difusión a las preguntas de los accionistas pese a su elevado número: nueve empresas del Ibex-35 registraron más de 500 preguntas por parte de sus accionistas.

©IESE Business School

La tecnología gana protagonismo

El informe destaca el alto porcentaje de empresas que permitieron que sus accionistas delegasen su voto a través de la web de la compañía y con firma electrónica (20 de las que respondieron al cuestionario).

Además, ha aumentado considerablemente el uso de teléfono móvil para votar con anterioridad a la Junta, siendo 27 empresas las que dan esta opción, en comparación a las dos entidades que lo utilizaron el año anterior.

Por el contrario, ha disminuido respecto al 2010 el uso de correo postal (5 frente a 28), el fax (3 frente a 5) y el correo electrónico (5 frente a 8).

Lo que también se redujo ligeramente respecto al año anterior fue el número de empresas que retransmitieron la Junta a través de la web (de 19 a 18) y el de las que colgaron el vídeo en su portal (de 14 a 11).

En este sentido, el estudio señala la necesidad que tienen las empresas del Ibex-35 de contar con herramientas de apoyo que muestren su globalidad. Esto también implica un mayor uso de las redes sociales y la traducción simultánea en la Junta (solo 20 empresas la emplearon).

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School